

2. Зубенко В. В., Самчинська І. В., Рудик А. Ю. та ін. Бюджетний моніторинг: Аналіз виконання бюджету за 2016 рік. *Проект «Зміцнення місцевої фінансової ініціативи (ЗМФІ-II) впровадження»*, USAID. К., 2017. 92 с.

3. Іваницька М. П. Напрями посилення ролі податкових надходжень у системі доходів міських бюджетів. URL: http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&2_S21P03=FILA=&2_S21STR=inek_2013_8_65 (дата звернення: 22.10.18).

4. Калмиков О. В. Оцінка місця податкових надходжень в доходах місцевих бюджетів. URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/otsinka-mistsya-podatkovih-nadhodzhen-v-dohodah-mistsevih-byudzhetiv> (дата звернення: 21.10.18).

5. Кириленко О., Малиняк Б., Письменний В., Русін В. Планування та управління фінансовими ресурсами територіальної громади. *Асоціація міст України – К., ТОВ «ПІДПРИЄМСТВО «ВІ ЕН ЕЙ»*. 2015. 396 с.

6. Попова С. П., Блохіна І. Р. Роль податкових надходжень у формуванні доходів бюджетів. *Наукові записки: зб. наук. пр.* Кіровоград. 2016. № 19. С. 140-148.

7. Ціна держави. URL: <http://cost.ua/budget/revenue/> (дата звернення: 21.10.18).

8. Кириленко О.П. Класичні засади оподаткування у вітчизняній системі. *Фінанси України*. 1999. Випуск 11. С.114-122

Гандзій Анастасія Романівна

ст. гр. МЕВМБм-11, ТНЕУ

Науковий керівник - к.е.н., доцент Скавронська І.В.

ОСОБЛИВОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ТНК НА МІЖНАРОДНИХ КРЕАТИВНИХ РИНКАХ

На сьогодні тенденція глобального розвитку міжнародних економічних відносин сприяє процесу транснаціоналізації. Беззаперечно, транснаціональні корпорації відіграють важливу роль у світовому господарстві, оскільки вони є монопольними носіями прямих іноземних інвестицій та інноваційного потенціалу. Тим не менш, ТНК відіграють вагомую роль й на міжнародних креативних ринках. Адже вони задають тренди, розробляють нові формати проектів, стимулюють розробку новітніх продуктів і розвиток електронної комерції.

Під креативними індустріями прийнято розуміти галузь, що поєднує у собі створення, виробництво та комерціалізацію креативних ідей. Британський департамент культури, медіа та спорту визначив креативні індустрії як такі, що походять з індивідуальної творчості, вміння і таланту, та які мають потенціал до нагромадження багатства і створення робочих

мість через генерування та використання інтелектуальної власності. Результати діяльності креативних індустрій зазвичай захищені правом інтелектуальної власності та можуть відображатись у формі продукту чи послуги. Згідно Департаменту креативний сектор поєднує 13 галузей: рекламну діяльність; архітектуру; мистецтво та ринок антикваріату; творчі ремесла; дизайн; моду; кінематограф, відеоролики; музику; сценічне мистецтво; видавничу діяльність; програмне забезпечення; телебачення та радіомовлення; відеоігри [1].

Враховуючи реалії сьогодення, тисячі малих і середніх підприємств, які функціонують на креативних ринках, характеризуються не лише економічним зростанням, а й є своєрідними попередниками нового економічного порядку. Таким чином, компанії креативних індустрій започатковують нову парадигму ведення та організації бізнесу, вдосконалення системи освіти, оцінки вартості й планування в умовах транснаціоналізації підприємств. Діяльність компаній у креативних індустріях сприяє значному збільшенню кількості робочих місць та кар'єрних перспектив мільйонів людей [2].

Наприклад, транснаціональні корпорації, що працюють у сфері моди, є своєрідними інноваторами у міжнародній fashion-індустрії. У 2017 році найбільшою платформою у сфері моди «Fashion United» було складено рейтинг міжнародних брендів fashion-індустрії на основі досліджень світової частки ринку. Отож, передові позиції у рейтингу посідають французький конгломерат «Louis Vuitton Moët Hennessy» («LVMH») зі світовою часткою ринку в розмірі 181,1 млрд дол. США, американський виробник спортивних товарів «Nike» (107,8 млрд дол. США) й іспанський гігант «Inditex», представлений торговою маркою «ZARA» (100, 4 млрд дол. США) [3].

Мультимедійні конгломерати, такі як Grupo Globo у Бразилії, Grupo Televisa в Мексиці та Grupo Clarin в Аргентині мають право створювати та транслювати телевізійні програми, що охоплюють значну аудиторію. Виробництво фільмів є рушійною силою для зростання креативної зайнятості і в Африці, що демонструє вражаючий прогрес, наприклад, Nollywood – це Нігерійська кіноіндустрія – друга за величиною у світі. В даний час у цьому секторі нігерійської економіки працює 300 тис. осіб [4, с.92].

За останніми дослідженнями «ЮНЕСКО», внесок креативних індустрій у ВВП України становить 4%. Тим не менш, компанії, що працюють на креативному ринку України забезпечують 3% робочих місць для населення. Найбільш прибутковими сферами є дизайн та телебачення. Варто зазначити й те, що вітчизняні IT-компанії розвиваються шаленими темпами, особливо це спостерігається на ринку Західної України.

Беззаперечно, багато дослідників вважають, що український продукт гарантує високу якість та може конкурувати на міжнародних ринках [5].

Таким чином, можна зробити висновок, що транснаціональні корпорації є генератором інноваційного потенціалу на міжнародних креативних ринках. Вони сприяють створенню унікальних проєктів світового масштабу, нових робочих місць та розвитку найпрогресивніших технологій. Отож, у подальшій перспективі для забезпечення стабільного розвитку компаній України, що працюють у креативних індустріях, доцільно підвищити рівень обізнаності населення про цей сектор, сприяти креативності та підприємницьким навичкам у системі освіти на всіх рівнях і забезпечити просування вітчизняних компаній у системі глобальних світогосподарських зв'язків.

Література:

1. Understanding creative industries. *UNESCO*, 2015. URL: https://www.americansforthearts.org/sites/default/files/pdf/2015/international/UNESCO_Understanding_Creative_Industries.pdf. (дата звернення 01.11.2018)
2. Global Advertising Market. *Statista*, 2017. URL: <https://www.statista.com/topics/990/global-advertising-market/>. (дата звернення 01.11.2018)
3. TOP-100 fashion companies. *FashionUnited*, 2018. URL: <https://fashionunited.com/i/top100/>. (дата звернення 02.11.2018)
4. Iryna V. Skavronska. Creative Industries in Ukraine: Analysis and Prospects of the Development, *Economics & Sociology*, Vol. 10, No. 2, 2017, pp. 87-106
5. Розвиток культурних та креативних індустрій в Україні. *Culture & Creativity*, 2017. С. 2–59.

Гіль Людмила Іванівна

ст. гр. ФМНВ-21,

Нововолинський навчально-науковий

інститут економіки та менеджменту ТНЕУ

Науковий керівник – к.е.н., доцент Самольтов П. В.

ПРОБЛЕМАТИКА ФОРМУВАННЯ ДЕРЖАВНОГО БЮДЖЕТУ УКРАЇНИ

В сучасних економічних умовах України досить актуальним у всі роки залишається питання проблематики формування дохідної і видаткової частин Державного бюджету України.

Ці дві економічні категорії взаємодіють і доповнюють одна одну. Загальновідомо, що доходи виступають фінансовою базою держави, а витрати задоволенням її суспільних потреб.